



Modische Branchen

Transformation, aktuelle Herausforderungen und Zukunftsperspektiven

21. Mai 2026

www.ifoew.at



Ihre Gesprächspartner

**KommR. Günther
Rossmanith**

Obmann des Bundesgremiums
Handel mit Mode und Freizeitartikel

Mag. Peter Voithofer

Institut für Österreichs Wirtschaft

Modische Branchen – Transformation, Herausforderungen und Zukunftsperspektiven

Verändertes Konsumentenverhalten

- Modeartikel verlieren im Konsumportfolio an Bedeutung
- Trend zum Homeoffice schwächt Nachfrage nach Modeprodukten
- Zunehmende Konkurrenz mit erlebnisorientierten Freizeitgestaltungen

Online-Shopping & Fernost-Konkurrenz

- Trend zum Online-Shopping nimmt weiter zu
- Begünstigt durch ungleichen Wettbewerb aus Fernost

Hoher Kostendruck

- Steigende Fixkosten (Personal, Mieten)
- Preissteigerungen am Markt nicht durchsetzbar
- Weitgehend identische Verkaufspreise trotz steigender Kosten





Modische Branchen – Transformation, Herausforderungen und Zukunftsperspektiven

Redimensionierung der Branche

- Zahl der Geschäfte sinkt rapide
- Veränderung des Stadt- und Ortsbilds
- Häufiger Leerstand in Innenstädten
- Steigende Arbeitslosigkeit, sinkende Beschäftigtenzahlen

Tiefgreifender Transformationsprozess

- Adaptierung der Geschäftsmodelle notwendig
- Notwendigkeit der Anpassung entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Erhöhung der Geschwindigkeit (Order bis Verfügbarkeit der Ware)

Methodik

Grundlagen der Analyse



Methodik

Status quo – Sekundärstatistische Analyse

- AMIS-Datenbank
- Eurostat
- Statistik Austria
- KSV 1870 Information GmbH
- Standort & Markt
- Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM)

Ergänzt durch Literatur- und Trendanalyse

Zukünftige Entwicklung

Szenario-Methode

Entwicklung von drei
Zukunftsszenarien für den
Modehandel

Expert:innen- interviews

Qualitative Einschätzungen
von Branchenexpert:innen

Zahlen, Daten, Fakten

Aktuelle Kennzahlen der modischen Branchen in Österreich

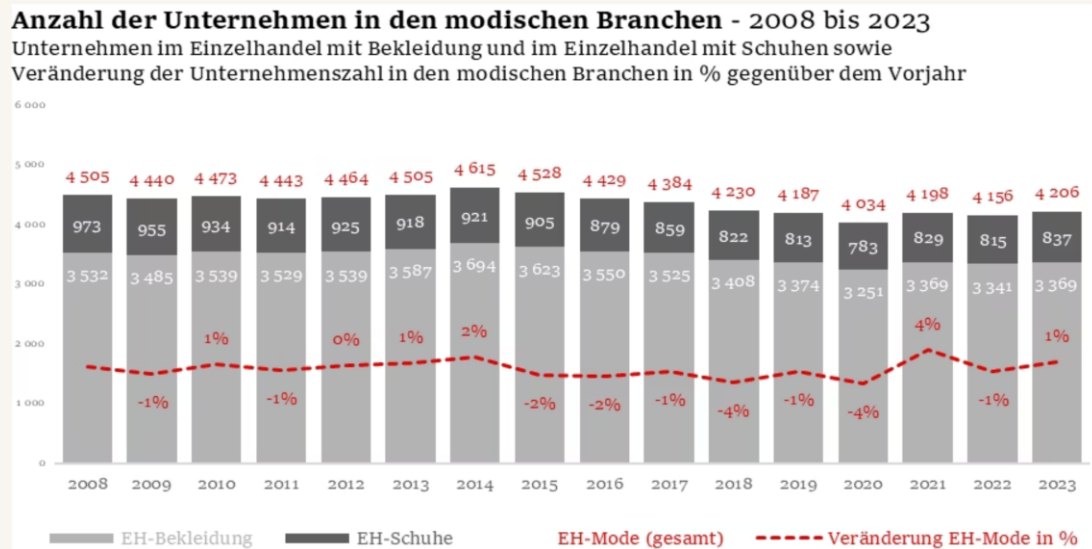


Modische Branchen im Überblick

Leistungs- und Strukturstatistik; Statistik Austria 2023

Kennzahl	Modische Branchen gesamt	Bekleidungseinzelhandel	Schuheinzelhandel
Zahl der Unternehmen (2023)	4.206	3.369	837
Zahl der Beschäftigten (2023)	45.657	38.016	7.641
Unselbständig Beschäftigte (2023)	41.143	34.388	6.755
Selbständig Beschäftigte (2023)	4.514	3.628	886
Umsatzerlöse in EUR Mrd. (2023)	7.361	5.942	1.419
EBITDA (in % des Umsatzes)	–	5%	9%

Unternehmensanzahl ist in den modischen Branchen langfristig rückläufig

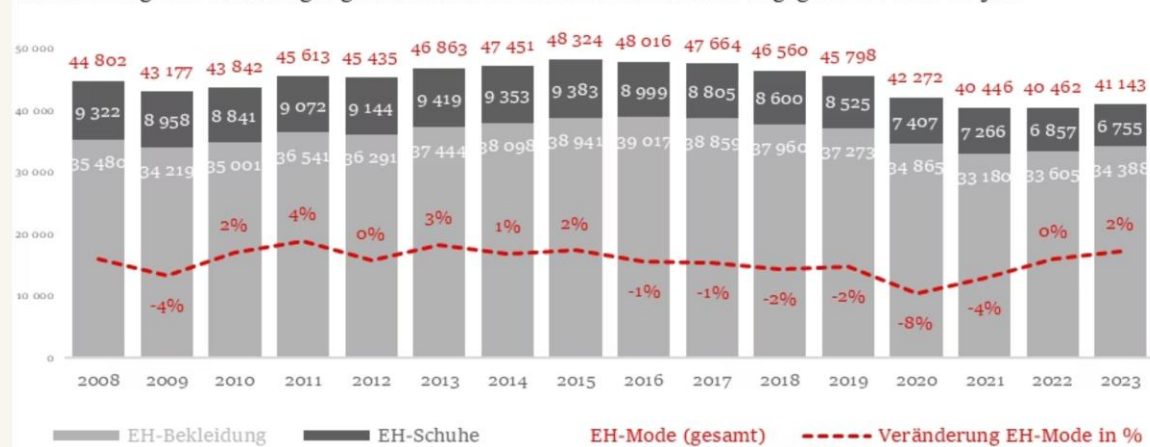


Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel mit Bekleidung und im Einzelhandel mit Schuhen sowie Veränderung der Unternehmenszahl in den modischen Branchen in % gegenüber dem Vorjahr – 2008 bis 2023

Unselbständig Beschäftigte in den modischen Branchen von 2008–2023 rückläufig (–8%)

Zahl der unselbständig Beschäftigten in den modischen Branchen - 2008 bis 2023

Unselbständig Beschäftigte im Einzelhandel mit Bekleidung und im Einzelhandel mit Schuhen sowie Veränderung der Beschäftigungszahl in den modischen Branchen in % gegenüber dem Vorjahr



Unselbständig Beschäftigte im Einzelhandel mit Bekleidung und im Einzelhandel mit Schuhen sowie Veränderung der Beschäftigungszahl in den modischen Branchen in % gegenüber dem Vorjahr – 2008 bis 2023

Strukturelle Entwicklungen



Mehr Schließungen als Gründungen

Die Nettobilanz aus Unternehmensschließungen und -gründungen ist negativ – die Branche schrumpft strukturell.



Kostenanpassungen

- Reduktion der Standorte bei filialisierten Unternehmen
- Sinkende Anzahl der Beschäftigten
- Steigender Anteil der Teilzeitbeschäftigten (aktuell: 72 %)



Steigende Konzentration

Wenngleich geringer ausgeprägt als in anderen Branchen, steigt der Anteil der Beschäftigten in Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeiter:innen kontinuierlich an.



Nachfrage nach Mode

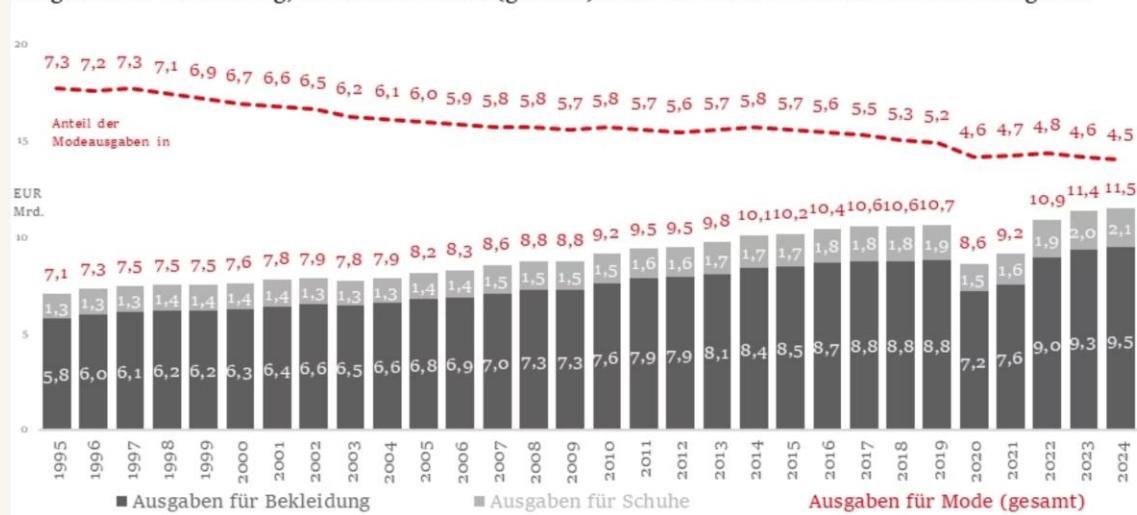
Entwicklung der Konsumausgaben für Bekleidung und Schuhe in Österreich



Modeausgaben steigen zwar im Langzeitvergleich absolut an, ihr Anteil an den gesamten Konsumausgaben sinkt hingegen kontinuierlich

Ausgaben für Mode und Anteil der Modeausgaben - 1995 bis 2024

Ausgaben für Bekleidung, Schuhe und Mode (gesamt) in EUR Mrd. sowie Anteil der Modeausgaben



Ausgaben für Bekleidung, Schuhe und Mode (gesamt) in EUR Mrd. sowie Anteil der Modeausgaben – 1995 bis 2024

Krisen ab 2020

COVID-Pandemie

- Lockdowns – keine gesellschaftlichen Events
- Trend zu Homeoffice
- Beschleunigter Trend zu Online-Shopping

Teuerungskrise

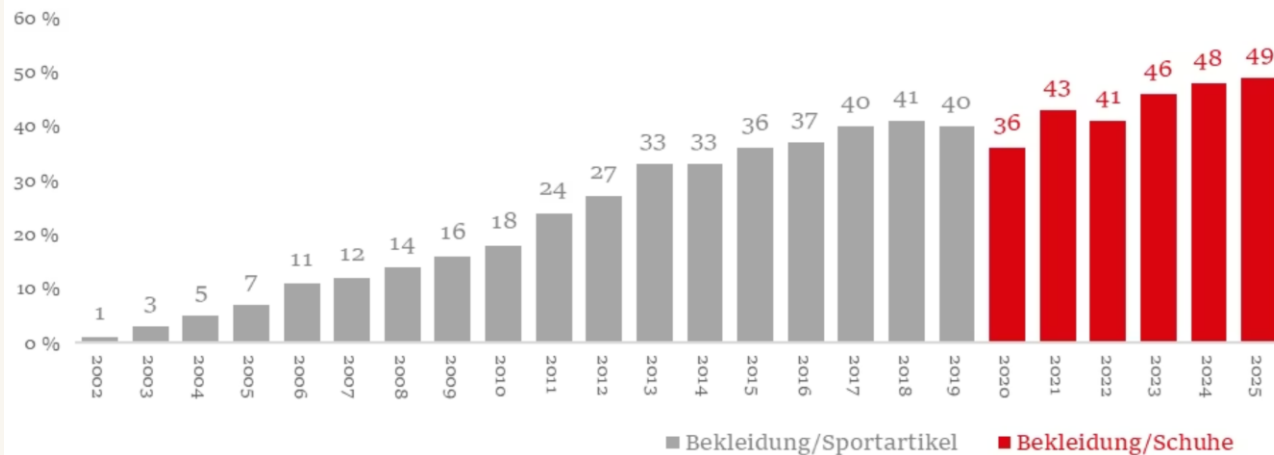
- Verändertes Ausgabenportfolio der Konsument:innen
- Kostensteigerungen können nicht an Kund:innen weitergegeben werden
- Kaufkraftverluste belasten Modeausgaben



49% der Konsument:innen in Österreich shoppen Mode online

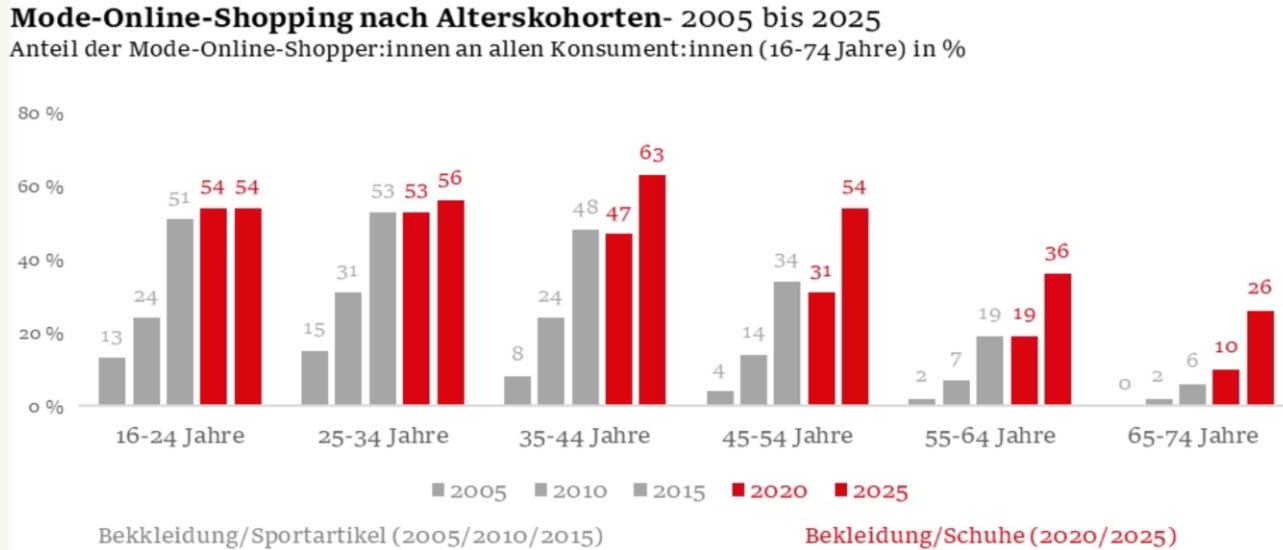
Mode-Online-Shopping in Österreich - 2002 bis 2025

Anteil der Mode-Online-Shopper:innen an allen Konsument:innen (16-74 Jahre) in %



Anteil der Mode-Online-Shopper:innen an allen Konsument:innen (16–74 Jahre) in % – Mode-Online-Shopping in Österreich 2002 bis 2025

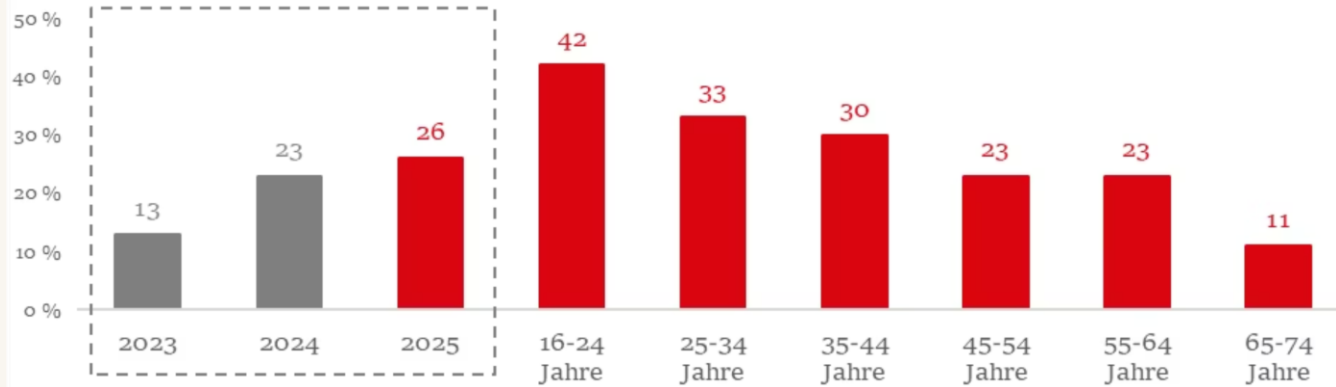
Ältere Konsumentenkohorten holen beim Mode-Online-Shopping auf



Anteil der Mode-Online-Shopper:innen an allen Konsument:innen (16–74 Jahre) in % nach Alterskohorten – 2005 bis 2025

26% der Konsument:innen kaufen Mode bei Temu/Shein

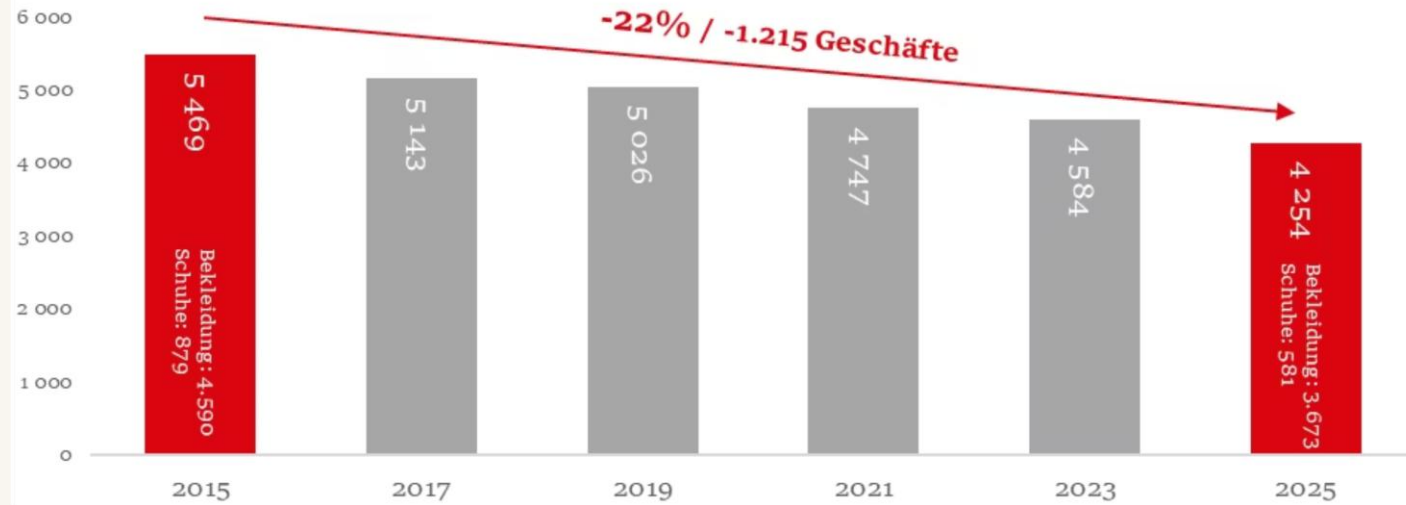
Mode-Online-Shopping bei Temu/Shein nach Alterskohorten- 2023 bis 2025
Anteil der Mode-Online-Shopper:innen an allen Konsument:innen (16-74 Jahre) in %



Anteil der Mode-Online-Shopper:innen an allen Konsument:innen (16–74 Jahre) in % – Mode-Online-Shopping bei Temu/Shein nach Alterskohorten 2023 bis 2025

Zahl der Modengeschäfte sinkt in einer Dekade um –22%

Zahl der Modengeschäfte (Bekleidung/Schuhe) - 2015 bis 2025
in Innenstädten, Einkaufs-, Fachmarktzentren und Fachmarktgebieten



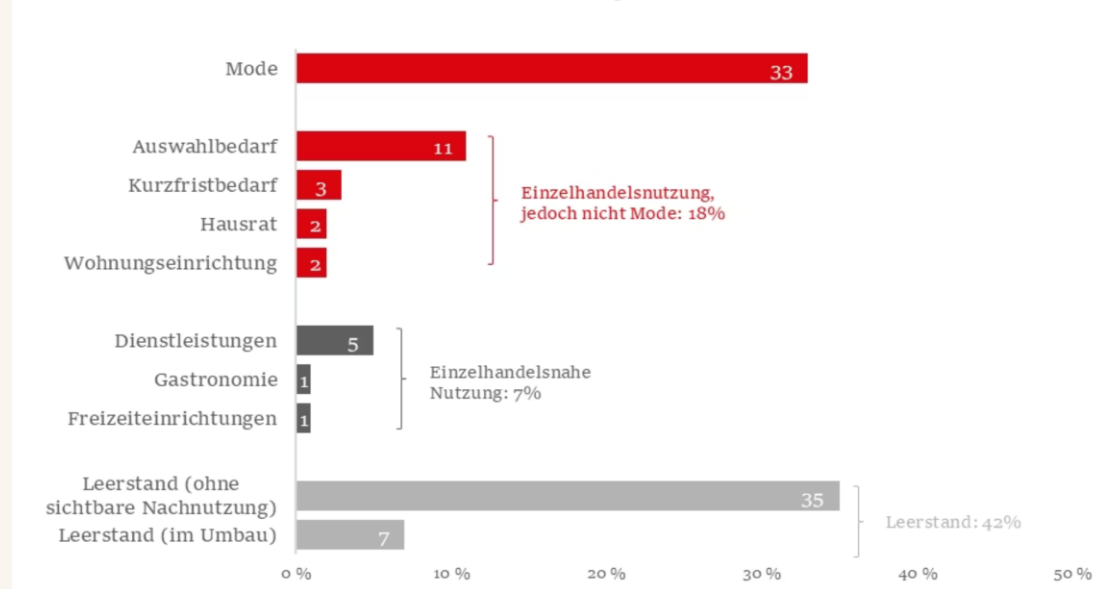
Zahl der Modengeschäfte (Bekleidung/Schuhe) in Innenstädten, Einkaufs-, Fachmarktzentren und Fachmarktgebieten – 2015 bis 2025

⊗ Standort + Markt – Rückgang von –22% / –1.215 Geschäfte in einer Dekade

42% der geschlossenen Modegeschäfte bleiben leer

Wechsel von vormals Modegeschäften auf unterschiedliche Nutzungen der Geschäftslokale/-standorte - 2023 bis 2025

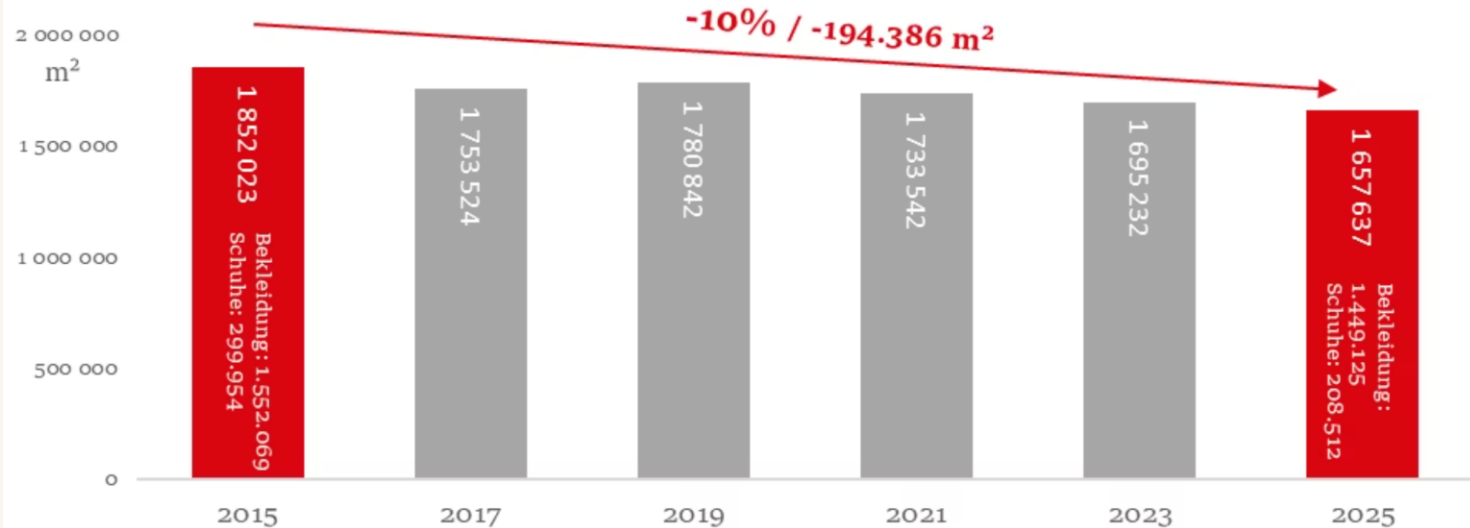
in Innenstädten, Einkaufs- und Fachmarktzentren, Fachmarktgebieten, in % der Wechselfälle (Summe=100%)



⊗ Standort + Markt

Modelflächen sinken in einer Dekade um –10%

Verkaufsfläche der Modengeschäfte (Bekleidung/Schuhe) - 2015 bis 2025
in Innenstädten, Einkaufs- und Fachmarktzentren, Fachmarktgebieten in Quadratmeter (m²)



⊗ Standort + Markt



Zukünftige Entwicklungen

Szenarien und Perspektiven für den österreichischen Modehandel in den nächsten 10 Jahren

3 Zukunftsszenarien

Basisszenario

Status quo ist „eingefroren“ – das wahrscheinlichste Szenario nach übereinstimmender Einschätzung der Experten

Negativszenario

Die Bedrohungen verstärken sich – Druck auf die Branche nimmt weiter zu

Positivszenario

Der Hoffnungsschimmer – es geht aufwärts



Wahrscheinliche Entwicklung

→ Lineare Fortschreibung

Schrittweise Wirtschaftserholung – Inflation sinkt in den nächsten Jahren

→ Schritt in Richtung „Normalität“

Sinkende Sparquote – Ausgaben eher Richtung Freizeit/Erlebnis/Urlaub

→ Relative Modeausgaben sinken weiter

Ausgaben für Bekleidung/Schuhe sinken (langsam) weiter – Online Shopping gewinnt an Bedeutung

→ Stationärer Handel bleibt primärer Einkaufsort

Trotz wachsendem Online-Anteil bleibt der stationäre Modehandel der wichtigste Einkaufskanal





Zukunft erfordert digitale Sichtbarkeit und stationären Mehrwert

1 Digitale Anschlussfähigkeit wird zur Pflicht

Sichtbarkeit, Omnichannel, Plattformverständnis und datenbasierte Kundenansprache sind keine Zusatzoptionen mehr, sondern zentrale Wettbewerbsbedingungen.

2 Stationärer Handel muss seinen Mehrwert aktiver begründen

Beratung, Service, Erlebnis, kuratierte Relevanz und kanalübergreifende Verfügbarkeit gewinnen als Differenzierungsmerkmale weiter an Bedeutung.

3 Professionelle Mindestfähigkeit als Basis

Nicht jeder Händler braucht den Vollausbau eines Omnichannel-Modells, aber zumindest eine professionelle Mindestfähigkeit für Kundenansprache und Auffindbarkeit.



Zukunft erfordert Reaktionsgeschwindigkeit und strukturelle Belastbarkeit

→ Geschwindigkeit entlang der Wertschöpfungskette

Traditionellere Vororder- und Saisonlogiken passen immer weniger zu einer volatilen, digital beschleunigten Marktumwelt.

→ Schnellere Reaktion als Wettbewerbsvorteil

Schnellere Reaktion auf Nachfrage, Trends und Preisbewegungen wird zu einem Wettbewerbsvorteil – insbesondere bei Sortiment, Warensteuerung und Nachdisposition.

→ Wirtschaftliche Tragfähigkeit als strategisches Kriterium

Mindestgröße, Overhead-Teilung, realistische Mietniveaus und tragfähige Konsolidierungen gewinnen an Gewicht.

→ Strukturelle und finanzielle Belastbarkeit

Zukunftsfähigkeit hängt nicht nur von Marktpositionierung ab, sondern zunehmend auch von struktureller und finanzieller Belastbarkeit.



Resumée

Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen

Resumée (I) – Erfordernis der strukturellen Neujustierung der modischen Branchen

Dauerhaft verändertes Marktumfeld

- Sinkende relative Bedeutung von Mode im Konsumbudget
- Wachsende Online- und Plattformkonkurrenz
- Steigende Fixkosten und begrenzte Preisdurchsetzung
- Sinkende Flächenproduktivität
- Rückzug stationärer Flächen und sinkende Vielfalt

Anhaltender Anpassungsdruck

- Die Branche wird dadurch kleiner, selektiver, konzentrierter und profilierter
- Sinkende Beschäftigtenzahlen
- Zunehmender Druck auf regionale Handelsstandorte

Resumée (II) – Zukunftsfähigkeit entscheidet sich an Profil, Tragfähigkeit und Anpassungsfähigkeit

Zukunftschancen für Anbieter mit ...

- klarer Positionierung
- Wirtschaftlicher Tragfähigkeit und Mindestbetriebsgröße
- digitaler Anschlussfähigkeit
- stationären Mehrwerten wie Beratung, Service und Erlebnis

Stationärer Handel bleibt relevant – aber verändert

- weniger Fläche
- weniger Vielfalt
- stärkere Verzahnung mit digitalen Elementen

Handlungsnotwendigkeiten & Schlussfolgerungen

NEUE REALITÄT

Die modischen Branchen stehen vor einer grundlegenden Neuausrichtung. Die folgenden Handlungsfelder zeigen, wo Unternehmen, Vermieter und die Politik gefordert sind.



Handlungsnotwendigkeiten

Betriebswirtschaftliche Schere

- Verstärkter Wettbewerb stationär vs. online
- Produktpreise stabil/moderat steigend
- Hohe Steigerungen der Fixkosten im stationären Einzelhandel

3 Kernbereiche

01

Unternehmerische Anpassung

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette

02

Realistische Standortkosten

Mietniveaus müssen wirtschaftlich tragfähig sein

03

Tragfähige Wettbewerbsbedingungen

Vergleichbare und faire Rahmenbedingungen für alle Marktteilnehmer

Schlussfolgerungen

Unternehmer:innen – Modische Branchen

- Aktive Herstellung der Wettbewerbsfähigkeit
- Implementierung belastbarer, zukunftsorientierter Geschäftsmodelle

Unternehmer:innen – Vorstufen

- Überdenken der Vor-Order-Logik
- Optimierung des zeitlichen Ablaufs angesichts kurzfristiger Trends und Volatilität

Vermieter

- Realistische Mietniveaus (Möglichkeiten der Kostendämpfung)
- Vermeidung von Leerständen

Rahmenbedingungen

- Chancen- und Wettbewerbsgleichheit/-gerechtigkeit für alle Marktteilnehmer



ifow

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

www.modeundfreizeit.at

